

<b>DOCENTE</b>	<b>Pierluigi ALFIERI</b>
<b>DISCIPLINA</b>	<b>Discipline turistiche aziendali</b>
<b>CLASSE</b>	<b>5A TURISMO</b>

<b>LIBRO DI TESTO</b>	N. AGUSANI, F. CAMMISA E P. MATRISCIANO, <i>DTA - Discipline turistiche aziendali, Pianificazione e controllo</i> , vol. 3, Mondadori education S.p.a. (Scuola & azienda), – DISPENSE DEL DOCENTE
-----------------------	---

<b>METODO DI LAVORO</b>	<b>RISORSE</b>	<b>VERIFICHE</b>	<b>RECUPERO</b>
<b>X</b> Lezione frontale <b>X</b> Discussione guidata <input type="checkbox"/> Lavori di gruppo <b>X</b> Lavori individuali <input type="checkbox"/> Simulazioni <input type="checkbox"/> Esercitazioni <input type="checkbox"/> Cooperative learning <b>X</b> Problem solving <b>X</b> Altro: Scoperta guidata e <i>flipped learning</i>	<input type="checkbox"/> Libri / Dizionari <input type="checkbox"/> Fonti normative <b>X</b> Manuali <input type="checkbox"/> Laboratorio <b>X</b> WEB / Internet <input type="checkbox"/> Contributi Video <b>X</b> Software <input type="checkbox"/> Esperti esterni <b>X</b> Altro: Strumenti didattici casa editrice – dispensa del docente	<b>X</b> Test / Questionari <b>X</b> Colloqui <input type="checkbox"/> Domande flash <input type="checkbox"/> Prove strutturate <input type="checkbox"/> Prove di laboratorio <input type="checkbox"/> Relazioni <input type="checkbox"/> Esercizi <b>X</b> Compiti in classe <b>X</b> Altro: compiti a casa	<b>X</b> In itinere <input type="checkbox"/> Pausa didattica <b>X</b> Interventi individualizzati <input type="checkbox"/> Classi aperte <input type="checkbox"/> Sportello didattico <input type="checkbox"/> Corso in orario extrascol. <input type="checkbox"/> Altro:

**CRITERI DI VALUTAZIONE:** Il docente fa riferimento alle griglie di valutazione adottate dal dipartimento.

<b>MODULO 1: IL BILANCIO D'ESERCIZIO</b>		
<b>UNITA' DIDATTICHE</b>	<b>COMPETENZE</b>	
Unità 1: il bilancio d'esercizio	Interpretare i sistemi aziendali	<b>CONTENUTI</b> Redazione del Conto economico, dello Stato Patrimoniale e della Nota Integrativa <b>CONOSCENZE</b> vari tipi di indicatori e vari tipi di analisi
Unità 2: Clausola generale e postulati di bilancio	Interpretare i sistemi aziendali	<b>CONTENUTI</b> Principi di redazione del bilancio e criteri di valutazione <b>CONOSCENZE</b> La formazione del bilancio d'esercizio
Unità 3: analisi per flussi	Analizzare la parte finanziaria	<b>CONTENUTI</b> Il rendiconto finanziario delle disponibilità liquide <b>CONOSCENZE</b> Analizzare un cash flow

<b>Periodo:</b> SETTEMBRE/OTTOBRE	<b>Numero Ore:</b> 10	<b>Riferimento Testo:</b>
-----------------------------------	-----------------------	---------------------------

<b>MODULO 2: LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E LA PROGRAMMAZIONE</b>		
<b>UNITA' DIDATTICHE</b>	<b>COMPETENZE</b>	<b>CONTENUTI</b>
Unità 1: Il processo decisionale dell'impresa	Conoscere le fasi attraverso le quali si realizza il processo decisionale	L'analisi del mercato turistico i problemi legati al posizionamento, alla concorrenza, alla promozione, distribuzione e determinazione del prezzo dei prodotti/servizi offerti
Unità 2: La pianificazione strategica	Individuare le caratteristiche della pianificazione strategica e redigere piani strategici	Le fasi della gestione strategica  Gli obiettivi strategici e le loro caratteristiche
Unità 3: La programmazione e il controllo di gestione	Individuare le caratteristiche della programmazione operativa	Il piano di programmazione aziendale  Il piano economico, patrimoniale, degli investimenti, dei finanziamenti e finanziario
Unità 4: La qualità aziendale e gli indicatori di performance nelle imprese turistiche	Individuare i parametri di qualità nelle imprese turistiche.  Calcolare e interpretare gli indici di efficienza ed efficacia	Il total quality management e la cultura della qualità nelle imprese turistiche  I fattori che aumentano la qualità nelle imprese turistiche  Gli indicatori di efficienza organizzativa, economica e di mercato di un T.O.  Gli indicatori di efficacia di un'Agenzia di Viaggi e di un'impresa alberghiera

<b>Periodo:</b> NOVEMBRE/DICEMBRE	<b>Numero Ore:</b> 10	<b>Riferimento Testo:</b>
-----------------------------------	-----------------------	---------------------------

<b>MODULO 3: LA CONTABILITA' DEI COSTI</b>		
<b>UNITA' DIDATTICHE</b>	<b>COMPETENZE</b>	<b>CONTENUTI</b>
Unità 1: L'analisi dei costi e ricavi nelle imprese turistiche	Conoscere le finalità della CO.GE e della CO.AN	La CO.GE. e la CO.AN. e il loro stretto collegamento ai fini del controllo di gestione  Principali differenze tra CO.GE. e CO.AN.
Unità 2: La classificazione dei costi	Distinguere i costi fissi dai variabili e calcolare il Ctm e il Ctu	Classificazione dei costi in base alla: natura, variabilità, oggetto di riferimento, momento del calcolo e all'uscita monetaria  Rappresentazione grafica delle diverse tipologie di costo
Unità 3: Le configurazioni di costo	Distinguere i costi diretti e indiretti	Il costo primo  Il costo complessivo  Il costo economico-tecnico

Unità 4: Il metodo del full costing per il controllo dei costi	Il full costing per la ripartizione/imputazione dei costi indiretti	I centri di costo e le modalità di imputazione dei costi.  Imputazione su base unica e multipla di centro di costo o aziendale
Unità 5: La determinazione del prezzo nelle imprese turistiche e il Breack-even analysis	La determinazione del prezzo di vendita attraverso l'applicazione di un mark-up  Saper effettuare la break- even analysis per determinare il punto di pareggio	Il calcolo del prezzo nelle strutture ricettive in generale e quello di un Tour Operator  Il calcolo dell'intermediazione dall'ADV Criteri per l'applicazione del mark-up Calcolo e rappresentazione grafica del BEP

<b>Periodo:</b> GENNAIO/FEBBRAIO	<b>Numero Ore:</b> 10	<b>Riferimento Testo:</b>
----------------------------------	-----------------------	---------------------------

<b>MODULO 4: IL PIANO DI MARKETING E IL MARKETING TERRITORIALE</b>		
<b>UNITA' DIDATTICHE</b>	<b>COMPETENZE</b>	<b>CONTENUTI</b>
Unità 1: Dalla strategia aziendale alla strategia di marketing	Individuare le opportunità e le minacce provenienti dall'ambiente esterno e i punti di forza e debolezza dell'ambiente interno. Effettuare l'analisi SWOT	La forma del piano di marketing. La SWOT analysis
Unità 2: L'analisi SWOT, l'analisi della situazione esterna e interna		La fasi dell'analisi della situazione esterna e interna  La segmentazione del mercato e l'analisi dell'ambiente politico, economico e sociale in cui opera l'azienda
Unità 3: Il planning e il controllo di marketing	Individuare gli elementi necessari a sviluppare un piano di marketing	Le tattiche di marketing e gli ambiti su cui si concentrano le imprese.  Il controllo del piano di marketing.  Gli scostamenti e i correttivi
Unità 4: il piano di marketing di un Tour Operator e di un Hotel	Elaborare il marketing mix e redigere un semplice piano di marketing	Analisi della domanda e della concorrenza.  Fissazione degli obiettivi e delle strategie.  Definizione del programma di azione attraverso il quale attuare il marketing mix. Budget e controllo

<b>Periodo:</b> MARZO/APRILE	<b>Numero Ore:</b> 10	<b>Riferimento Testo:</b>
------------------------------	-----------------------	---------------------------

<b>MODULO 5:IL BUDGET, IL CONTROLLO BUDGETARIO E L'ANALISI DEGLI SCOSTAMENTI</b>		
<b>UNITA' DIDATTICHE</b>	<b>COMPETENZE</b>	<b>CONTENUT I</b>
Unità 1: Il budget: funzioni ed elaborazione	Redigere, comprendere ed esaminare il budget:  -delle vendite e dei costi generali;	Richiamo di argomenti propedeutici quali:  Patrimonio, reddito e bilancio delle imprese. Rielaborazione del bilancio e

Unità 2: Il budget finanziario e degli investimenti	-degli investimenti e dei finanziamenti;  -economico generale di un'impresa del settore turistico.	analisi per indici  Funzione ed elaborazione del budget La stima dei costi e ricavi.
Unità 3: Il budget economico generale	Elaborare il budget economico di un pacchetto turistico di un Tour Operator	Costi e ricavi preventivi e consuntivi. I costi standard. I budget settoriali
Unità 4: I budget:  - dei Tour Operator  - delle camere delle imprese ricettive  - del food & beverage	Redigere il budget delle camere e del settore F&B di una struttura ricettiva.  Calcolare e analizzare gli scostamenti	Il budget delle fonti e degli impieghi  Il budget degli investimenti. Il budget di tesoreria  Il budget economico generale  Il controllo budgetario e l'analisi degli scostamenti globali ed elementari  L'attività di reporting

## MODULO 6: I VIAGGI ORGANIZZATI, IL CATALOGO E GLI EVENTI, IL BUSINESS PLAN

UNITA' DIDATTICHE	COMPETENZE	CONTENUTI
Unità 1:  La programmazione dei viaggi	Distinguere le diverse parti di un catalogo  Saper utilizzare gli elementi del marketing mix per la costruzione di un viaggio	La programmazione dei viaggi  Il marketing mix del prodotto viaggio
Unità 2:  La destinazione e la costruzione dell'itinerario	Redigere preventivi economici a costi netti e lordi di viaggi da catalogo e a domanda  Individuare gli elementi della pianificazione di un evento	Gli elementi di un catalogo  I prodotti turistici italiani
Unità 3:  Il catalogo quale strumento di distribuzione e promozione	Selezionare i luoghi in base alla tipologia dell'evento  Individuare le voci di spesa. Realizzare un evento	L'evento, la pianificazione e la promozione dell'evento  Il viaggio incentive
Unità 4: Il Business Plan  Elementi che compongono il Business Plan	Saper redigere teoricamente un business plan	Il contenuto essenziale di un Business Plan

<b>Periodo:</b> MAGGIO/GIUGNO	<b>Numero Ore:</b> 33	<b>Riferimento Testo:</b>
----------------------------------	-----------------------	---------------------------

Latina 15 Maggio 2025

IL DOCENTE

(Pierluigi Alfieri)